



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: PENSAMIENTO CREATIVO 0

a) Generalidades

		Código:	PCR 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Pre-Requisito (s):	26 Materias aprobadas	Ciclo Académico:	VI	Duración /Hora Clase Minutos:	50
		Área curricular:	Especialidad	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	3
				Horas Prácticas/ Semanales:	1

b) Descripción de la Asignatura:

La materia comprende la naturaleza, funcionamiento, desarrollo y aplicación del Pensamiento Creativo como herramienta para comprender problemas y generar ideas que permitan encontrar soluciones en las diversas situaciones organizacionales y de mercadeo en forma individual o grupal.

Busca que el estudiante aplique en los campos de actividad profesional las técnicas destinadas a la generación de ideas, aprenda a argumentar y desarrollar propuestas de ideas frente a futuros clientes potenciales.

Pretende interpretar y aplicar el pensamiento creativo como mecanismo de innovación en el ámbito mercadológico empresarial.

c) Objetivos Generales de la Asignatura:

Cognitivo:

Analizar el funcionamiento, desarrollo y aplicación del pensamiento creativo en diferentes situaciones organizacionales.

Procedimental:

Desarrollar el pensamiento creativo para la generación, comprensión, análisis y evaluación de ideas que conlleven a la solución de problemas en el ambiente organizacional y mercadológico.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Actitudinal:

Sensibilizar al estudiante sobre la importancia de utilizar al máximo su potencial de pensamiento.

d) Contenidos:

UNIDAD I: NATURALEZA Y FUNCIONAMIENTO DEL PENSAMIENTO CREATIVO.

Contenido:

- 1.1 Naturaleza del pensamiento humano
- 1.2 Concepto de pensamiento creativo
- 1.3 Proceso Psicoevolutivo y pensamiento
- 1.4 Pensamiento tradición vs. Pensamiento creativo
- 1.5 Funcionamiento de la mente
- 1.6 Imaginación, fantasía, sueño.
- 1.7 Inteligencias Múltiples

UNIDAD II: TÉCNICAS PARA DESARROLLAR EL PENSAMIENTO CREATIVO

Contenido:

- 2.1 Técnicas para comprender problemas.
 - 2.1.1 Mapa Mental
 - 2.1.2 Diagrama de pez
- 2.2 Técnicas para generar ideas
 - 2.2.1 Para encontrar soluciones individuales
 - 2.2.1.1 La regla de los puntos y las líneas.
 - 2.2.1.2 Cómo presentar las provocaciones.
 - 2.2.1.3 La aportación del azar.
 - 2.2.1.4 El tratamiento de ideas.
 - 2.2.2 Para encontrar soluciones en grupo
 - 2.2.2.1 Brainstorming o lluvia de ideas

UNIDAD III: ÁREAS DE APLICACIÓN EN EL PENSAMIENTO CREATIVO

Contenido:

- 3.1 Desarrollo de una idea



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

- 3.2 Concepto de idea
- 3.3 Defensa de ideas
- 3.4 Factor cliente

UNIDAD IV: APLICACIÓN DEL PENSAMIENTO CREATIVO EN EL DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS.

Contenido:

- 4.1 Ideas Dominantes y Factores Vinculantes.
- 4.2 Pensamiento creativo, publicidad y merchandising.
- 4.3 El Color y su percepción.
- 4.4 Marca
 - 4.4.1 Diseño de marca
 - 4.4.2 Composición de marca
 - 4.4.3 Racional de marca
- 4.5 Aplicación del pensamiento creativo en la publicidad.
- 4.6 Creación de estrategias en base al análisis creativo.

UNIDAD V: EL DEPARTAMENTO DE CREATIVIDAD EN LA EMPRESA.

Contenido:

- 5.1 Relación de los creativos con las empresas.
- 5.2 Organización del departamento de creatividad.
- 5.3 Funciones del creativo.
- 5.4 Proceso para concretizar el negocio.
- 5.5 Terminología utilizada por los creativos
- 5.6 Hojas de trabajo creativo.
- 5.7 Visita Empresarial

e) Estrategia Metodológica:

El programa está diseñado de tal manera que se asigna el 75% del total de horas para que el docente:

Clases Magistrales: se desarrollaran las clases magistrales, explicando cada unidad a fin de que los estudiantes presenten dudas y éstas sean evacuadas por el docente.

Dinámicas Grupales: Ayudará al estudiante en la comprensión y aplicación de las técnicas del pensamiento creativo.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

El otro 25% del total de horas se deberá utilizar en actividades de aprendizaje tales como:

- Prácticas de aplicación de casos: Servirán para afianzar los conceptos y métodos explicados en las clases magistrales así como para comprobar que el estudiante efectivamente ha adquirido los conocimientos y las capacidades de aplicación de conocimientos propias de la materia.
- Exposiciones Grupales: Ayudaran a los estudiantes para argumentar y defender las ideas propuestas.
- Investigaciones Bibliográficas: Servirán al estudiante para reunir, interpretar y analizar información que le permitan profundizar en el conocimiento de la materia.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA: BRANDING	Keller, Kevin Lane	Pearson Educación	México	2008	9
DESARROLLOS DE NUEVOS PRODUCTOS Y EMPRESAS: CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y MARKETING. 5ª. EDICIÓN.	Schnarch Alejandro	Mc Graw Hill	Colombia	2009	12
PENSAMIENTO CREATIVO	Cázares, Fidel.- Aguilar, Silvia	Pearson Educación de México	México	2006	5
CREATIVIDAD EN MARKETING	Santiago Rodríguez	Ediciones Deusto	Barcelona	2009	*
CREATIVIDAD	Steve Harrison	Editorial Pearson	México	2010	*
10 IDEAS CLAVE: EL APRENDIZAJE CREATIVO	Pep Alsina, Maravillas	Editorial Grao	Barcelona	2009	*



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

	Díaz, Andrea Giráldez, Gotzon Ibarretxe				
LAS CIUDADES CREATIVAS	Richard Florida	Editorial Paidós	España	2009	*
LA CREATIVIDAD Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS	Francisco Menchén Bellón	Ediciones Diaz de Santos	Argentina	2009	*

* En proceso de adquisición